BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR

COMMERCE INTERNATIONAL
COMMUNICATION
COMPTABILITÉ GESTION
CONSEIL ET COMMERCIALISATION DE SOLUTIONS TECHNIQUES
GESTION DE LA PME
GESTION DES TRANSPORTS ET LOGISTIQUE ASSOCIÉE
MANAGEMENT COMMERCIAL OPÉRATIONNEL
MANAGEMENT OPÉRATIONNEL DE LA SÉCURITÉ
NÉGOCIATION ET DIGITALISATION DE LA RELATION-CLIENT
SUPPORT À L'ACTION MANAGÉRIALE

CULTURE ÉCONOMIQUE, JURIDIQUE ET MANAGÉRIALE

SESSION 2025

Durée : 4 heures

Aucun matériel n'est autorisé.

Bien que ce cas s'appuie sur une entreprise réelle, des situations fictives ont été ajoutées afin de permettre l'évaluation des compétences visées par l'enseignement de CEJM.

Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.
Le sujet comporte 15 pages, numérotées de 1/15 à 15/15.

« TOUT EN PERLES »

Contexte du sujet

En France comme dans beaucoup d'autres pays, le « faire soi-même » est devenu un véritable phénomène de société qui entraîne de nouvelles consommations.
La SARL « Tout en perles » s'est positionnée sur ce marché.
Le « faire soi-même » ou Do It Yourself (DIY) en anglais, désigne le fait de réaliser par soi-même un produit que l'on peut acheter tout fait dans le commerce.

Dominique Partol a créé l'entreprise « Tout en perles » en 2004 à Laval en Mayenne. C'est une entreprise spécialisée dans la vente de perles, d'accessoires pour la création de bijoux, d'articles de mercerie, et de manière générale de produits concernant la réalisation de loisirs créatifs. L'entreprise vend ses produits aux particuliers exclusivement sur internet grâce à son propre site mais aussi via Etsy, une place de marché (ou marketplace en anglais).
En 2023, elle enregistre un chiffre d'affaires de 12 millions d'euros dont 30 % est réalisé via son site internet. Sa marge globale est de 51 %, très nettement supérieure à celle du secteur. Elle est devenue leader sur son marché avec plus de 50 000 références et compte plus de 100 000 clients actifs (ayant passé commande dans les 6 derniers mois).

Aujourd'hui, l'entreprise emploie 15 salariés. Elle a pour objectif d'obtenir la satisfaction de ses clients. À ce propos, Dominique Partol déclare : « mon objectif est que nos clients soient contents car ce sont eux qui nous font vivre… Cela devrait être le fondement de toute entreprise.
Depuis 20 ans, l'équipe de « Tout en perles » a une mission : vous donner les moyens de créer, de laisser libre cours à votre imagination et de rendre la création de bijoux à la portée de tous. »

Monsieur Partol vous confie plusieurs missions afin d'appréhender la problématique actuelle de l'entreprise qui est d'adapter son développement au contexte évolutif du marché.

L'étude est composée de 3 missions

Mission 1 - « Tout en perles », une entreprise bien ancrée sur son marché ..... page 4
Mission 2 - Dominique Partol, un dirigeant qui saisit des opportunités ..... pages 4 et 5
Mission 3 - L'impact du numérique sur la SARL « Tout en perles » ..... page 5

Composition du dossier documentaire

Annexe 1 - Extrait de l'entretien avec Dominique Partol, dirigeant de la SARL « Tout en perles » ..... page 6
Annexe 2 - DIY : comment se porte ce marché ? ..... page 7
Annexe 3 - Les canaux de vente du DIY en 2020 ..... page 8
Annexe 4 - Les Français économisent en moyenne 272 euros par an grâce au Do it Yourself ..... pages 8 à 9
Annexe 5 - Le fonctionnement d'une marketplace ..... page 9
Annexe 6 - Articles du Code de la consommation ..... pages 9 à 10
Annexe 7 - Le portrait d'un dirigeant ..... page 11
Annexe 8 - Représentation de la chaîne de valeur de Porter ..... page 12
Annexe 9 - Extraits du Code civil ..... page 12
Annexe 10 - L'obligation d'information du vendeur professionnel ..... page 13
Annexe 11 - Un produit mal étiqueté peut être défectueux ..... page 13
Annexe 12 - Le système d'information de la SARL « Tout en perles » ..... page 14
Annexe 13 - Extraits du Code de la propriété intellectuelle ..... page 14
Annexe 14 - Extraits du Code civil ..... page 15
Annexe 15 - La concurrence déloyale ..... page 15
Annexe 16 - La protection de son savoir-faire ..... page 15

En prenant appui sur vos connaissances, le contexte et le dossier documentaire, il vous est demandé de répondre aux questions relatives aux trois missions du sujet. Vous êtes invité(e) à mobiliser les concepts et les apports théoriques dès lors qu'ils sont pertinents et que le lien avec la mission est argumenté.

MISSION 1 – « TOUT EN PERLES », UNE ENTREPRISE BIEN ANCRÉE SUR SON MARCHÉ (ANNEXES 1 À 7)

1.1 Présenter le marché du « faire soi-même » ou Do It Yourself.

1.2 Démontrer que Dominique Partol adopte à la fois une logique entrepreneuriale et managériale.

1.3 Expliquer les avantages et inconvénients pour la SARL de vendre sur une place de marché.

Madame Casa a acheté des sachets de perles pour un collier ainsi qu'une pierre en verre gravée, à sa demande, avec le portrait de sa fille sur le site internet de « Tout en perles ». Lorsqu'elle reçoit la perle gravée, celle-ci ne lui plaît pas. Elle veut donc renvoyer la totalité de sa commande et se faire rembourser.

Elle a contacté le service client de l'entreprise. Ce dernier lui indique que le droit de rétractation ne s'applique pas à la perle gravée. Madame Casa est furieuse.

1.4 Présenter l'argumentation juridique sur laquelle Dominique Partol peut s'appuyer pour s'opposer au droit de rétractation de madame Casa.

MISSION 2 - DOMINIQUE PARTOL, UN DIRIGEANT QUI SAISIT DES OPPORTUNITÉS (ANNEXES 7 À 11)

La SARL « Tout en perles » est dirigée par son créateur, Dominique Partol, un entrepreneur constamment à l'affût d'opportunités.

Depuis 2023, la SARL propose sur son site de vente en ligne des kits de bijoux à faire soi-même incluant une sélection de perles, d'accessoires pour la création de bijoux et un tube de colle. Sur ce kit, « Tout en perles » réalise une marge de 65 %.

Dominique Partol a fait le choix d'internaliser la conception de ces kits.

2.1 Caractériser le style de management de Dominique Partol.

2.2 Montrer, avec une argumentation reposant sur la chaine de valeur, la pertinence du choix de Dominique Partol de « faire » ces kits de bijoux.

Un client, monsieur Colin, a passé commande d'un kit de bijoux à faire soi-même. Á l'occasion de la confection d'une bague, il a fait une violente réaction allergique à la colle contenue dans le kit ayant entrainé un arrêt de travail de 10 jours. Monsieur Colin engage une action en responsabilité civile à l'encontre de la SARL « Tout en perles ».

La colle est fabriquée par un partenaire extérieur de « Tout en perles ». Dominique Partol en ignore la composition malgré sa demande d'informations auprès du fabricant. Cette colle est conditionnée dans un tube neutre sur lequel figure uniquement le nom et les coordonnées du fabricant.

2.3 Présenter les arguments juridiques permettant à Dominique Partol d'exonérer la SARL « Tout en perles » de sa responsabilité.

MISSION 3 - L'IMPACT DU NUMÉRIQUE SUR LA SARL « TOUT EN PERLES » (ANNEXES 12 À 16)

Du fait de son parcours, Dominique Partol a conscience des mutations rapides de l'environnement et de la nécessité de s'y adapter. Il accorde donc une grande importance à la gestion de l'information pour son entreprise.

3.1 Justifier que le système d'information de « Tout en perles » remplit les fonctions attendues d'un système d'information.

Dominique Partol publie régulièrement sur son site internet les tutoriels (tutos) qu'il a conçus pour fabriquer des bijoux soi-même. Il constate que la plupart d'entre eux ont été publiés par « Lola », une influenceuse suivie par 250 000 abonnés. Celle-ci se met en scène reprenant point par point chaque élément des tutos sur ses réseaux sociaux.

3.2 Présenter le raisonnement juridique permettant à Dominique Partol de se défendre contre les agissements de « Lola ».

Annexe 1 - Extrait de l'entretien avec Dominique Partol, dirigeant de la SARL « Tout en perles »

En quoi consiste votre activité ?

Nous sommes une entreprise spécialisée dans la vente de perles, d'apprêts et autres articles pour la création de bijoux. Depuis le début, nous fonctionnons comme un « pure player »[1] sur ce marché.

D'où vous est venue l'envie de se lancer sur ce marché ?

Rien ne me prédestinait à me lancer sur le marché du DIY (Do It Yourself), je n'étais pas particulièrement passionné par les perles ni les loisirs créatifs.

L'idée est venue presque par hasard, en voyant mes enfants se confectionner des bracelets. J'ai senti qu'il y avait une place à prendre sur ce marché de niche. Cela m'a semblé une évidence.

Où et comment est née votre entreprise ?

J'ai lancé l'EURL en 2004 à Laval en Mayenne. Initialement il s'agissait d'une petite entreprise familiale. À l'époque, quasiment personne ne vendait de perles sur internet. C'était les débuts du e-commerce et le marché était monopolisé par quelques gros opérateurs.

Nous avons commencé dans notre garage, en investissant 10 000 euros de nos économies pour acheter nos premiers stocks.

Depuis 2004, quelles évolutions avez-vous conduites pour l'entreprise « Tout en perles » ?

Mon entreprise est en plein développement. Aujourd'hui, « Tout en perles » est devenue une SARL, elle compte 15 salariés et plus de 50 000 références sur notre site. L'entreprise propose également des tutoriels gratuits à nos clients.

Depuis 2017, j'ai choisi d'élargir nos canaux de distribution. En plus de notre site internet, « Tout en perles » est référencé sur une place de marché, Etsy, comme beaucoup de nos concurrents.

Comment fonctionne votre entreprise aujourd'hui ?

C'est une entreprise dont le fonctionnement me satisfait. Malgré l'augmentation de l'effectif et des volumes, je gère mon entreprise au quotidien. Par exemple, je viens de finaliser le recrutement d'un nouveau community manager[2]. Je suis en contact direct avec mes fournisseurs. Mon passé de comptable me permet également d'assurer le suivi comptable et financier.

Source *: les auteurs*

[1] Entreprise intervenant uniquement sur internet.

[2] Le community manager est le représentant d'une marque ou d'une entreprise sur internet.

Annexe 2 - DIY : comment se porte ce marché ?

Le contexte inflationniste et ses conséquences sur le pouvoir d'achat des ménages ainsi que la crise sanitaire ont influencé la manière de consommer. En réponse à cela, de nombreux consommateurs se sont mis au DIY. Le Do It Yourself est révélateur de plusieurs besoins manifestés par les acheteurs : ils souhaitent payer peu, mais pour de la qualité, quitte à le faire eux-mêmes, tout en agissant pour l'environnement.

[...]

DIY : définition

DIY est l'acronyme de « Do It Yourself », ce qui signifie faire soi-même ou désigne parfois le fait-main, comme un artisan. La tendance, apparue aux États-Unis, fait son chemin dans le monde entier depuis les confinements. Effectivement, ces périodes de rupture sociale et d'isolement, vis-à-vis des commerces notamment, ont poussé une grande quantité de personnes à créer par eux-mêmes leurs propres produits. De plus, le DIY prend sens pour une grande quantité d'acheteurs souhaitant respecter davantage l'environnement et responsabiliser leur consommation. Ainsi, d'après un sondage réalisé par Toluna, les Français ont été 96 % à avoir recours au DIY en 2020. Aujourd'hui, 56 % de ces derniers dépensent plus de 20 € par mois dans leurs projets Do It Yourself.

Le marché du DIY

En 2021, le marché du DIY représentait 848,2 milliards de dollars dans le monde. Il est estimé que d'ici à 2030, ce chiffre augmentera pour atteindre les 1 278 milliards de dollars.

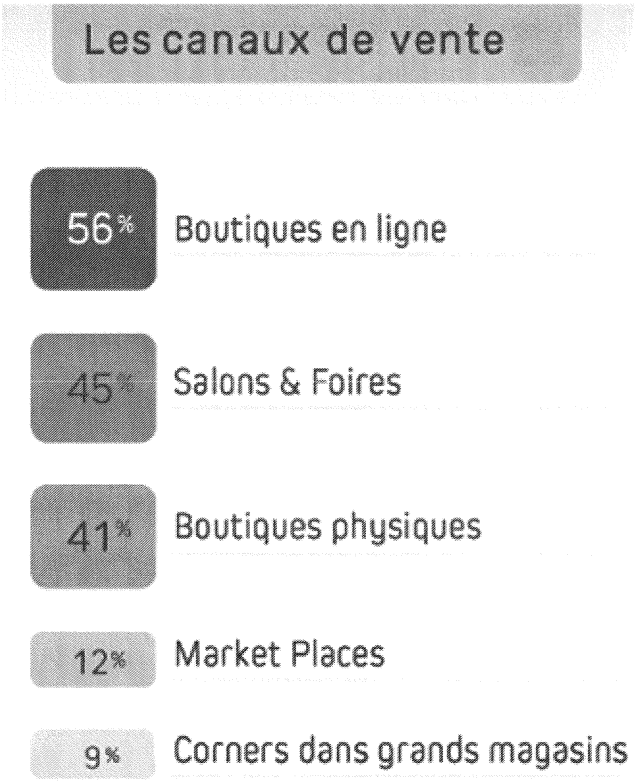
En Europe, ce marché est contrôlé par deux groupes majeurs : Groupe Adeo (anciennement Leroy Merlin Group), qui génère un chiffre d'affaires de 25,54 milliards d'euros ainsi que Kingfisher (Castorama, Brico Dépôt, ...) avec ses 15,42 milliards d'euros générés sur l'année 2021. En France, toujours sur cette année, il existait plus de 1 900 magasins proposant des produits DIY. Que désignent les produits DIY ? Ils peuvent correspondre à plusieurs catégories, comme le jardinage, la cuisine ou encore le bricolage et la cosmétique.

Etsy : le leader du Do It Yourself

Etsy est une marketplace ayant fait son apparition en 2005. Son objectif est désormais clair : être l'Amazon des artisans. 10 ans après le lancement de sa plateforme, Etsy se penche sur le matériel créatif disponible pour tous. En 2015, suite au rachat de « A Little Mercerie », start-up française spécialisée dans la vente de tissus sur internet, Etsy développe le projet Etsy Studio. [...] En 2022, la plateforme générait un chiffre d'affaires de 2,476 milliards de dollars représentant une croissance de 11,07 % par rapport à l'année précédente. Durant la pandémie, la croissance était de 110,86 % passant de 818 millions de dollars de chiffre d'affaires à 1,726 milliard de dollars.

Source : *https://www.ecommerce-nation.fr*

Annexe 3 – Les canaux de vente du DIY en 2020



(Une entreprise pouvant vendre sur plusieurs canaux, le total des pourcentages est supérieur à 100 %).
Source *: https://events.creations-savoir-faire.com*

Annexe 4 - Les Français économisent en moyenne 272 euros par an grâce au Do it Yourself

Depuis quelques années, la tendance du Do It Yourself fait de plus en plus d'adeptes en France. Cuisine, déco, mode, maison, ... Le « DIY » s'étend désormais à tous les domaines, et apporte une réponse ludique aux préoccupations environnementales, et/ou économiques, croissantes des consommateurs. [...]

Un phénomène largement plébiscité par les français (96 %)

Cette tendance devient un réel phénomène de société, reflet parfait des nouvelles consommations comme l'attention désormais portée aux bons produits, la recherche de sens ou encore la prise de conscience de notre impact sur l'environnement.

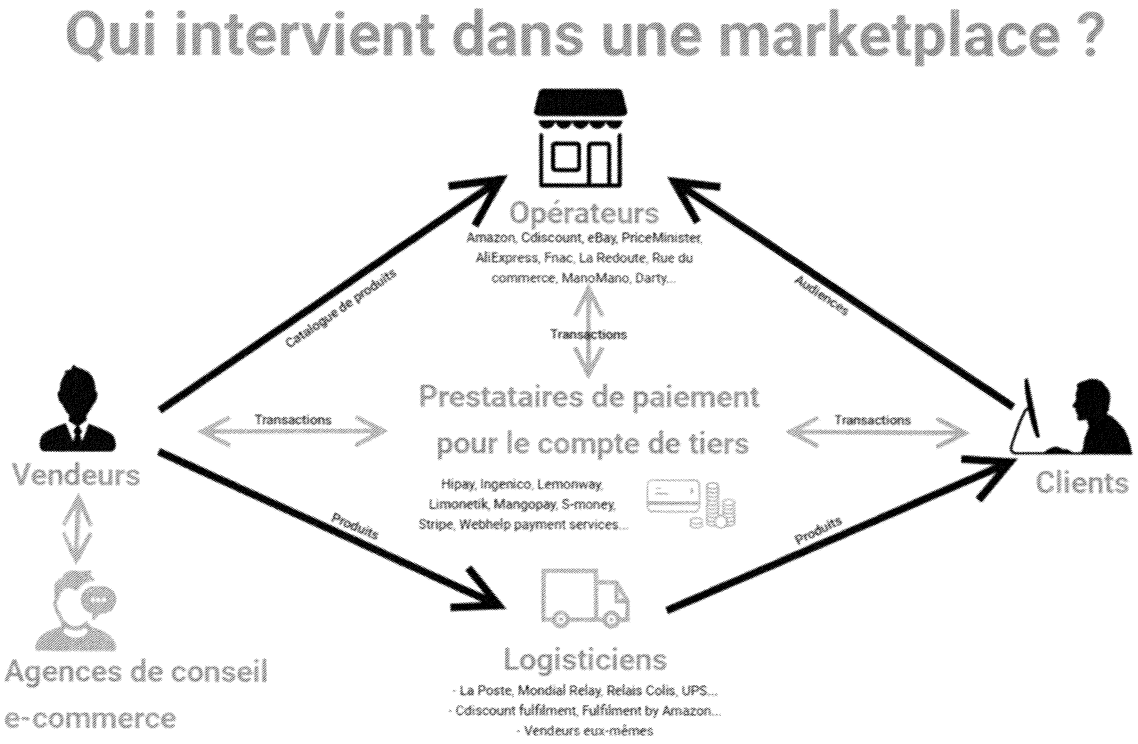
Elle concerne donc une large palette d'activités, avec en premier lieu la cuisine à partir de produits bruts non transformés (88 %), la réparation (63 %) et le recyclage (57 %) d'objets, mais aussi la création (36 %) et la confection (32 %) d'objets nouveaux.

Les Français se lancent même dans la fabrication d'objets plus techniques comme les produits ménagers (24 %) et de beauté (16 %).

Ce type d'activité est bien ancré chez tous les Français : les hommes (94 %) comme les femmes (98 %), les plus jeunes (96 %) comme les plus âgés (98 %) ainsi que toutes les catégories socio-professionnelles. Une large majorité (62 %) pratique au moins 3 activités, et certains (6 %) sont même des « champions » du « Do It Yourself », notamment les plus jeunes (12 %), en pratiquant au moins 8 activités ! [...]

Source : www.ipsos.com

Annexe 5 - Le fonctionnement d'une marketplace



Source : *Journal Du Net*

Annexe 6 - Articles du Code de la consommation

Article L221-18

Le consommateur dispose d'un délai de quatorze jours pour exercer son droit de rétractation d'un contrat conclu à distance, à la suite d'un démarchage téléphonique ou hors établissement, sans avoir à motiver sa décision ni à supporter d'autres coûts que ceux prévus aux articles L221-23 à L221-25 qui mentionnent que le délai mentionné au premier alinéa court à compter du jour :

1° De la conclusion du contrat, pour les contrats de prestation de services et ceux mentionnés à l'article L221-4.

2° De la réception du bien par le consommateur ou un tiers, autre que le transporteur, désigné par lui, pour les contrats de vente de biens.

Article L221-24

Lorsque le droit de rétractation est exercé, le professionnel rembourse le consommateur de la totalité des sommes versées, y compris les frais de livraison, sans retard injustifié et au plus tard dans les quatorze jours à compter de la date à laquelle il est informé de la décision du consommateur de se rétracter.

Pour les contrats de vente de biens, à moins qu'il ne propose de récupérer lui-même les biens, le professionnel peut différer le remboursement jusqu'à récupération des biens ou jusqu'à ce que le consommateur ait fourni une preuve de l'expédition de ces biens, la date retenue étant celle du premier de ces faits.

Le professionnel effectue ce remboursement en utilisant le même moyen de paiement que celui utilisé par le consommateur pour la transaction initiale, sauf accord exprès du consommateur pour qu'il utilise un autre moyen de paiement et dans la mesure où le remboursement n'occasionne pas de frais pour le consommateur.

Le professionnel n'est pas tenu de rembourser les frais supplémentaires si le consommateur a expressément choisi un mode de livraison plus coûteux que le mode de livraison standard proposé par le professionnel.

Article L221-28

Le droit de rétractation ne peut être exercé pour les contrats :

1° De fourniture de services pleinement exécutés avant la fin du délai de rétractation et, si le contrat soumet le consommateur à une obligation de payer, dont l'exécution a commencé avec son accord préalable et exprès et avec la reconnaissance par lui de la perte de son droit de rétractation, lorsque la prestation aura été pleinement exécutée par le professionnel.

2° De fourniture de biens ou de services dont le prix dépend de fluctuations sur le marché financier échappant au contrôle du professionnel et susceptibles de se produire pendant le délai de rétractation.

3° De fourniture de biens confectionnés selon les spécifications du consommateur ou nettement personnalisés.

4° De fourniture de biens susceptibles de se détériorer ou de se périmer rapidement.

5° De fourniture de biens qui ont été descellés par le consommateur après la livraison et qui ne peuvent être renvoyés pour des raisons d'hygiène ou de protection de la santé.

6° De fourniture de biens qui, après avoir été livrés et de par leur nature, sont mélangés de manière indissociable avec d'autres articles.

[...]

Annexe 7 - Le portrait d'un dirigeant

Dominique Partol, avant de se lancer dans l'aventure entrepreneuriale, en 2004, en créant l'EURL « Tout en perles », avait occupé successivement les postes de conseiller dans un cabinet d'audit, de responsable service financier puis, durant 11 ans, de directeur administratif et financier dans une grande société industrielle.

Exigence et rigueur sont les maîtres mots qui guident sa façon de concevoir la direction de son entreprise.
Cet entrepreneur peut être qualifié de « solopreneur », c'est-à-dire un entrepreneur indépendant, digitalisé qui a créé et qui dirige une entreprise unipersonnelle en cohérence avec son style de vie.

En effet, dans la tête de Dominique Partol, ça bouillonne d'idées qu'il est toujours prêt à développer même lorsque ses proches collaborateurs restent dubitatifs et prudents. Sa devise : « l'échec, c'est un diplôme qui sert à grandir ! »

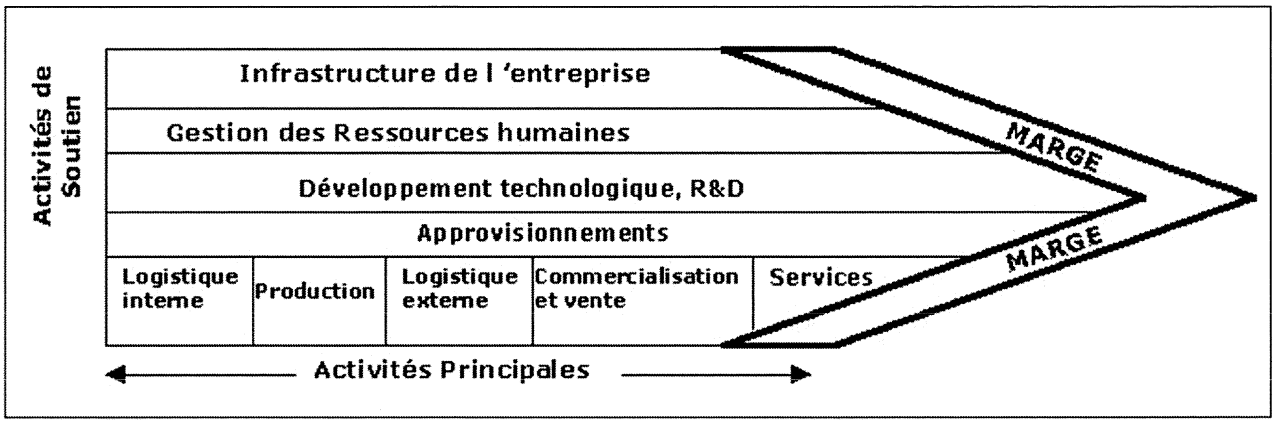
Tous les matins, Dominique Partol passe saluer chacun des salariés. Il les connait bien ; il les a lui-même recrutés pour s'assurer qu'ils adhèrent aux les valeurs de l'entreprise. Pour fédérer son équipe, il organise tous les mois un événement convivial, invite les salariés à la soirée anniversaire de l'entreprise, à un repas de fin d'année, ...

Dominique Partol communique régulièrement et simplement avec ses collaborateurs : « Lorsque j'ai pris la décision de commercialiser sur le site « Toutenperles.fr » des kits de bijoux à faire soi-même, j'en ai fait part à l'ensemble du personnel qui, dans l'immense majorité y était favorable. »

En 2023, la SARL « Tout en perles » a réalisé un chiffre d'affaires de 12 millions, soit une augmentation de 1,3 % en un an. Dominique Partol est tout à fait conscient qu'il n'est pas le seul acteur à l'origine de cette spectaculaire performance de l'entreprise. « Je n'oublie pas que la solide croissance de « Tout en perles », je la dois aussi à l'ensemble de mes salariés, c'est pourquoi, il est important pour moi de les remercier en leur attribuant une prime de partage de la valeur. »
Pour Dominique Partol, la force de « Tout en perles » est de respecter scrupuleusement les délais de livraison aux clients. « Quotidiennement, je vérifie que les commandes sont expédiées dans les délais. »

Source : *les auteurs*

Annexe 8 - Représentation de la chaîne de valeur de Porter



Source : *« l'avantage concurrentiel » de Porter*

Annexe 9 - Extraits du Code civil

Article 1245

Le producteur est responsable du dommage causé par un défaut de son produit, qu'il soit ou non lié par un contrat avec la victime.

Article 1245-3

Un produit est défectueux au sens du présent chapitre lorsqu'il n'offre pas la sécurité à laquelle on peut légitimement s'attendre.

Dans l'appréciation de la sécurité à laquelle on peut légitimement s'attendre, il doit être tenu compte de toutes les circonstances et notamment de la présentation du produit, de l'usage qui peut en être raisonnablement attendu et du moment de sa mise en circulation.

[...]

Article 1245-5

Est producteur, lorsqu'il agit à titre professionnel, le fabricant d'un produit fini, le producteur d'une matière première, le fabricant d'une partie composante.

Est assimilée à un producteur pour l'application du présent chapitre toute personne agissant à titre professionnel :

1° Qui se présente comme producteur en apposant sur le produit son nom, sa marque ou un autre signe distinctif ;

[...]

Annexe 10 - L'obligation d'information du vendeur professionnel

L'article L111-1 du Code de la consommation met à la charge du vendeur une obligation générale d'information du consommateur.

La Cour de Cassation, dans un arrêt de la Chambre Civile du 11 mai 2022, dispose que pour satisfaire son obligation d'information le vendeur professionnel doit s'informer au préalable à la fois du contenu et de l'importance des éléments d'information à transmettre.

Toutefois, cette exigence repose sur l'évidence que le vendeur professionnel ne peut pas être tenu de révéler ce qu'il n'est pas censé connaître.

Source : *les auteurs, à partir de l'arrêt de cour de Cassation du 11 mai 2022 – https://actu.dalloz-etudiant.fr/*

Annexe 11 - Un produit mal étiqueté peut être défectueux

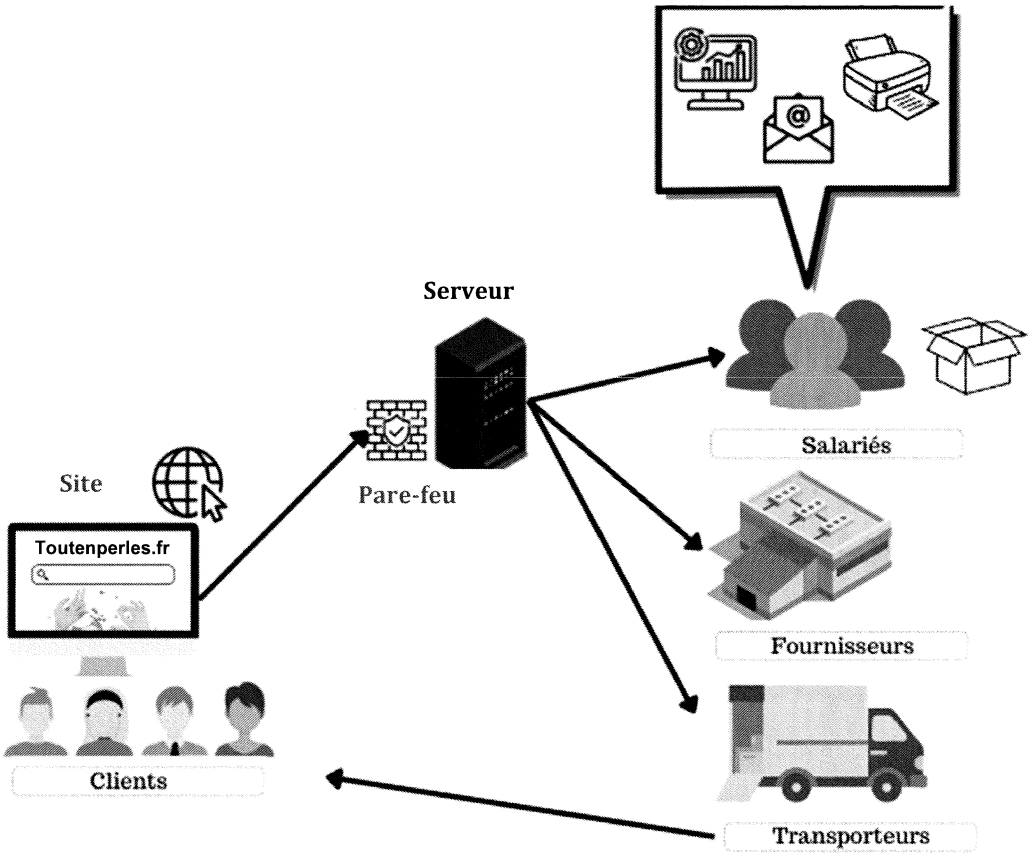
Dans un arrêt rendu le 21 octobre 2020, la Cour de cassation affirme que la société identifiée comme producteur sur l'emballage d'un produit est responsable de la défectuosité de ce produit résultant d'informations lacunaires (insuffisantes) sur l'étiquette : le producteur doit en effet alerter l'utilisateur sur le caractère dangereux du produit et sur les précautions à prendre lors de son utilisation.

Le producteur est en principe le responsable des dommages causés par un produit défectueux. [...]

La Cour de cassation considère que la défectuosité pouvait être caractérisée du fait, […] « *d'un étiquetage ne respectant pas la réglementation applicable* ».

Source : https://cms.law/fr/

Annexe 12 - Le système d'information de la SARL « Tout en perles »



Source : les auteurs

Annexe 13 - Extraits du Code de la propriété intellectuelle

Article L.111-1 – L'auteur d'une œuvre de l'esprit jouit de cette œuvre, du seul fait de sa création, d'un droit de propriété incorporelle exclusif et opposable à tous. Ce droit comporte des attributs d'ordre intellectuel et moral ainsi que des attributs d'ordre patrimonial [...].

Article L.111-2 – L'œuvre est réputée créée, indépendamment de toute divulgation publique, du seul fait de la réalisation, même inachevée, de la conception de l'auteur.

Article L.341-1 – Le producteur d'une base de données, entendu comme la personne qui prend l'initiative et le risque des investissements, correspondants, bénéficie d'une protection du contenu de la base lorsque la constitution, la vérification ou la présentation de celle-ci atteste d'un investissement financier, matériel ou humain substantiel. [...]

Article L.511-1 – Peut être protégée à titre de dessin ou modèle l'apparence d'un produit, ou d'une partie de produit, caractérisée en particulier par ses lignes, ses contours, ses couleurs, sa forme, sa texture ou ses matériaux. Ces caractéristiques peuvent être celles du produit lui-même ou de son ornementation [...].

Annexe 14 - Extraits du Code Civil

Article 1240

Tout fait quelconque de l'homme, qui cause à autrui un dommage, oblige celui par la faute duquel il est arrivé à le réparer.

Article 1241

Chacun est responsable du dommage qu'il a causé non seulement par son fait, mais encore par sa négligence ou par son imprudence.

Annexe 15 - La concurrence déloyale

La concurrence déloyale peut être définie comme un ensemble de pratiques exercées par une ou plusieurs entreprises dans le cadre d'un marché afin de nuire à un de ses acteurs. Elle encadre donc l'action des opérateurs économiques entre eux (et non pas l'action des entreprises à l'égard du consommateur, ce qui relève du droit de la consommation).

Le régime juridique de la concurrence déloyale est fixé par différents textes. On en trouve la source aux articles 1240 et 1241 du Code civil qui prévoient le principe général de responsabilité extra contractuelle. Mais l'évolution de ce régime est très largement jurisprudentielle. Les différents types de comportement qui peuvent être sanctionnés sur ce fondement ont ainsi largement été définis par les tribunaux.

Pour établir qu'il y a une concurrence déloyale, l'entreprise doit se conformer aux obligations applicables en matière de responsabilité civile. Tout d'abord, il faut qu'il y ait une faute commise par l'une des entreprises sur un marché à l'égard d'une autre, les deux étant dans une situation de concurrence. [...]

Source : *Léa Boluze -08/04/2022 Capital.fr*

Annexe 16- La protection de son savoir-faire

Comment protéger son savoir-faire à l'ère du digital ?

Le savoir-faire consiste en un ensemble d'informations qui concernent tous les domaines de l'activité d'une entreprise, domaines eux-mêmes directement concernés par la digitalisation : technique, commercial, promotionnel, publicitaire, administratif, financier, formation du personnel, gestion générale.

Par principe, le savoir-faire échappe à la protection de la propriété intellectuelle, il n'est pas brevetable, on ne peut pas le déposer comme marque.

On peut toutefois protéger le savoir-faire au titre des droits d'auteur.

Source : *https://info.haas-avocats.com/*